

06 июня 2022

Размер рынка глэмпинга, тенденции и бизнес-перспективы на 2023 год

Если вы читаете это, вы, вероятно, знаете, что глэмпинг переживает настоящий момент. Но если вы работаете менеджером по аренде жилья для отдыха, вам может показаться ошеломляющим и сложным подумать о том, как перенести свои существующие навыки в глэмпинг.

Вы, вероятно, задаетесь вопросом, стоит ли инвестировать в тенденцию, размер рынка глэмпинга, кто может быть вашими клиентами и чего они ожидают. И как вы можете использовать технологии, чтобы выделиться среди конкурентов в среде, где может быть ограниченный сигнал или Wi-Fi?

Мы понимаем, что вы хотите, чтобы ваши гости получили такое же положительное впечатление под парусиной или хижинкой, как и под традиционной крышей.

Вот почему в этом посте мы собрали последние анализы и исследования отрасли, чтобы дать вам мощный снимок рынка глэмпинга. Информация включает в себя:

Как глэмпинг становится растущей тенденцией во всем мире

Ключевые демографические показатели рынка

Новые тренды, которые нужно знать

Основные вызовы рынка и участники рынка

Особые тенденции для Северной Америки (США и Канада)

Советы по технологиям, которые необходимы для того, чтобы аренда глэмпинга оставалась эффективной и доступной даже в отдаленных, необычных местах.

Отчет о рынке глэмпинга: обзор

В целом, если вам интересно, не будет ли сейчас подходящее время для диверсификации в глэмпинг, то больше не задавайтесь вопросом. Ответ – громкое «да». (Для получения дополнительных советов ознакомьтесь с нашим руководством о том, как начать бизнес в глэмпинге .)

Отчет об исследовании рынка , проведенный компанией Grand View Research , показывает, что объем мирового рынка глэмпинга, как ожидается, будет расти со среднегодовым темпом роста (CAGR) 10,9% в период с 2022 по 2030 год после того, как в 2021 году он оценивался в 2,35 миллиарда долларов США. Только в этом году ожидается, что он достигнет 2,74 миллиарда долларов США.

Глэмпинг по всему миру: растущая тенденция

Глэмпинг растет во всем мире, но Европа по-прежнему остается ведущим континентом в этом

секторе с долей рынка 35,11% в 2021 году (исследование Grand View).

Европейские операторы диверсифицировали типы размещения, которые они предлагают (подробнее о типах размещения см. ниже), и используют тенденцию к необычным, неожиданным впечатлениям гостей.

В Европе, как и в США, размещение в глэмпинге, которое предлагает легкий доступ к свежему воздуху, но также предоставляет высокотехнологичные удобства и услуги, а именно хорошо оборудованные каюты, является наиболее популярным, особенно среди семей.

Новые тенденции

На рынке глэмпинга в основном преобладают молодые люди (или молодые семьи), ищущие роскошные места для отдыха и экологически чистый велнес на открытом воздухе.

Молодые люди

Глэмпинг особенно популярен среди людей в возрасте от 18 до 32 лет.

Уютный гламур и привлекательность глэмпинга на свежем воздухе, а также его эстетика, подходящая для Instagram и TikTok, становятся все более популярными в социальных сетях, распространяя информацию о глэмпинге среди этой возрастной группы (64% пользователей Instagram моложе 34 лет и 45% пользователей TikTok по всему миру). достичь возраста от 18 до 24 лет (Statusbrew)).

Популярность выездных свадеб, которые также наиболее распространены среди людей в возрасте от 20 до 30 лет, также является движущей силой этой тенденции: все больше людей предпочитают бронировать роскошные места для глэмпинга на открытом воздухе для проведения своего особенного дня.

Тем не менее, глэмпинг популярен и среди не очень молодых людей. Вместе по возрастным группам люди в возрасте от 18 до 32 лет и от 33 до 50 лет занимают более 70% доли рынка (исследование Grand View).

Великолепная изоляция

Постпандемические путешественники, кажется, все еще ищут радости социально дистанцированного отдыха от городской суеты, пусть даже всего на несколько дней.

Поскольку из-за воздействия Covid-19 все больше людей работают из дома в небольших помещениях и в течение более продолжительного времени, произошел «переход к проживанию на открытом воздухе» и увеличилось количество путешественников, желающих сбежать от своей повседневной жизни, не заходя слишком далеко, или слишком долго (Аристон).

Занятые рабочие, особенно молодые городские профессионалы, ищут места, где можно побыть ближе к природе, не прибегая к длительному путешествию.

Растущая мобильность и мощность небольших цифровых устройств означают, что путешественники могут сбежать на природу, не отказываясь полностью от своей гипер-подключенной жизни. Напротив, некоторые намеренно предпочитают отключаться от сети и использовать открытое пространство и удаленные места для цифровой детоксикации.

Именно здесь интеллектуальные технологии, такие как вход без ключа в сдаваемое в аренду имущество, вступают в свои права. Он работает удаленно, не требует присутствия кого-либо на месте, а в некоторых случаях даже не требует Wi-Fi.

Примечательно, что умные замки предлагают гостям доступ без ключа в любом месте в любое

время, независимо от того, прибывают ли они в хижину на черном как смоль склоне горы или в крошечную хижину посреди леса.

Платформы, такие как Operato, подключаются к умным замкам (таким как Yale, Salto или August) и отправляют гостям все необходимые данные о регистрации заранее, автоматически, при бронировании. Это означает, что гости могут получить доступ с помощью всего лишь кода в любое время, даже если у них нет телефонного сигнала на объекте. Рост музыкальных фестивалей и «роскошных кемпингов»

Возросшая популярность музыкальных фестивалей в последние годы также способствовала тому, что глэмпинг стал популярнее среди путешественников.

Варианты глэмпинга стали нормой на фестивалях, предлагая привлекательное предложение по допродаже традиционного кемпинга и позиционируя глэмпинг в общественном сознании как более роскошную версию обычных палаток и спальных мешков.

Как поясняет исследование Arizton , семьи и группы, стремящиеся к более высокому уровню комфорта и/или роскоши, особенно выбирают такие варианты, как каюты и капсулы. Например, британская платформа размещения на открытом воздухе Pitchup.com сообщила об увеличении количества бронирований коттеджей и капсул на 102% и 73% соответственно с 2018 года (исследование Grand View). (Растущая популярность кабин и контейнеров также наблюдается в Северной Америке, см. ниже).

Как более постоянные конструкции (в отличие от палаток или юрт), они часто включают в себя такие удобства, как ванны, удобные кровати, электричество и кухонное пространство, а это означает, что они могут предлагать удобство без ущерба для востребованного необычного отдыха на свежем воздухе. Устойчивость и экологичность

Точно так же растущее осознание важности устойчивости, экологических причин и экологичности также определяет текущие тенденции в глэмпинге.

Из-за того, что они расположены на открытом воздухе, многие глэмпинги предлагают экологически чистые сантехнику, мыло и шампуни.

Путешественники все чаще выбирают экологичный отдых и эко-убежища и с еще большей вероятностью бронируют жилье у тех поставщиков, которые могут продемонстрировать экологические методы.

На самом деле, Опрос отдыхающих за 2022 год показал, что более 87% взрослых американцев считают экологичные путешествия «несколько важными» или «очень важными» для них, при этом 92% взрослых американцев в возрасте от 18 до 29 лет заявили, что они, вероятно, принимать решения о поездках на основе экологически чистых факторов.

Рост велнеса

Взрыв интереса к здоровому образу жизни в последние годы также помогает стимулировать тенденцию глэмпинга: все больше путешественников ищут уникальные впечатления, близкие к природе (без необходимости, как упоминалось выше, совершать дальние поездки или полностью отключаться).

Например, растущая осведомленность и популярность таких традиций, как «купание в лесу» (японская практика «синрин-йоку») или плавание в дикой воде, а также связанные с ними преимущества, подпитывают желание людей убежать на природу в свои дни или выходные. выключенный.

Согласно исследованиям Global Wellness Institute (GWI) , оздоровительный туризм достиг 817 миллиардов долларов США в 2020 году и, как ожидается, достигнет 1,3 триллиона долларов к

2025 году .

GWI также показывает, что 89% мировых оздоровительных поездок в 2020 году были внутренними (до 95% среди путешественников из США), и что США были самой популярной страной в целом для оздоровительных путешествий, занимая 19% мирового рынка в 2020 году.

В отчете Grand View Research резюмируется: «Люди ищут восстановительный отпуск, который помогает им чувствовать себя лучше, из-за роста располагаемого дохода среди потребителей, особенно в развитых регионах, таких как Северная Америка и Европа, растущей потребности в отдыхе в результате их беспокойный образ жизни и растущая потребность в здоровом отдыхе для собственного благополучия.

«Ожидается, что это окажет благоприятное влияние на рынок [глэмпинга]».

Проблемы рынка глэмпинга: ценообразование, высокая конкуренция, доступность
Несмотря на огромные возможности, предлагаемые многочисленными тенденциями на развивающихся рынках, проблемы все еще существуют.

Выбор ценовой категории

Правильное определение цены может быть проблемой в зависимости от вашей аудитории. Хотя некоторые роскошные кемпинги могут стоить до 1000 долларов США за ночь, это может быть нереально для более молодых людей с меньшим располагаемым доходом, особенно для молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет.

Растущая конкуренция

Жесткая конкуренция возникает со стороны ключевых игроков, специализирующихся в этом секторе, включая Under Canvas, Tentrr, Terra Glamping, Collective Retreats, Getaway и AutoCamp, только в США.

Соперничество с транспортными средствами

Как мы видели, глэмпинг популярен отчасти из-за того, что он предлагает гостям отдых на природе, а также современные удобства (такие как кухни и удобные кровати), которые он может предоставить без ущерба для доступа на улицу.

Однако это означает, что он в некоторой степени конкурирует с другими аналогичными предложениями, такими как автомобили для отдыха. В последние годы популярность переоборудованных фургонов, крошечных домов на колесах и даже роскошных автофургонов возросла (взять хотя бы хэштеги #vanlife, #vanlifemovement и #tinyhouse, у которых 12,5 млн, 1 млн и 2,7 млн упоминаний в Instagram соответственно).

Транспортные средства для отдыха также имеют то преимущество, что многие из них могут быть упакованы и отправлены в новое место по прихоти, что дает гостям еще больше гибкости и свободы без ущерба для комфорта. Таким образом, эти транспортные средства могут составить реальную конкуренцию стационарным помещениям, как домики, амбары и домики на деревьях. **Доступность**

Несмотря на то, что часть очарования глэмпинга заключается в его необычном характере, ответственные и этичные предприятия по-прежнему должны учитывать такие проблемы, как доступность, в своем бизнес-плане глэмпинга . Обеспечение доступа для инвалидов колясок, слепых или глухих, людей с аутизмом и даже людей с нейродивергентными потребностями, такими как повышенная чувствительность к внешнему шуму, важно для брендов, которые гордятся своей инклюзивностью.

Это может означать предоставление пандусов или гладких дорожек, предоставление

руководств шрифтом Брайля или предоставление описательного текста на вашем веб-сайте и даже дополнительные штрихи, такие как затычки для ушей, машины с белым шумом и т. д. В отчете Arizton уверенно говорится: «[В североамериканском регионе] молодое поколение, особенно любители путешествий и семьи миллениалов, в первую очередь ответственны за высокий уровень участия в глэмпинге в Северной Америке».

Идти на запад

С региональной точки зрения, запад является самым популярным местом для глэмпинга в Северной Америке, с наибольшей долей на рынке США и наибольшим количеством кемпингов (Аризтон). Этому также способствовало увеличение государственных расходов в регионе.

Подумайте о каютах и капсулах

Однако, как и в Европе, кабины и капсулы особенно популярны в Северной Америке, где в 2021 году их доля на рынке составит более 46% (исследование Grand View).

Во многом это связано с их способностью предлагать более роскошные помещения и удобства, включая кухни, ванные комнаты, кондиционеры и Wi-Fi, а также функции безопасности, такие как запираемые окна и двери (особенно популярные среди семей). Исследуйте природу Районы глэмпинга, связанные с популярными местными видами деятельности или спортом, как правило, работают лучше всего.

Это включает в себя места в пределах досягаемости от троп, пляжей или национальных парков или винодельческих регионов, где популярны дегустационные туры. Учитывая, что музыкальные фестивали играют огромную роль в популярности глэмпинга, подобные мероприятия (например, фестивали еды) также с большой вероятностью привлекут заинтересованных гостей.

Связывание вашего глэмпинга с такими мероприятиями на свежем воздухе — с точки зрения стиля, удобств и местоположения — может принести дивиденды.

Тысячелетний рынок

Как явствует из отчета Arizton, молодые люди составляют основную часть населения глэмпинга в Северной Америке.

Поколение Z и миллениалы (в возрасте от 18 до 35 лет) составляют более 60% путешественников, которые «отдохнули» в Северной Америке, при этом Grand View Research добавляет, что на лиц в возрасте от 18 до 32 лет приходилось более 44% доходов в 2021 году.

Исследование, проведенное Campgrounds of America, Inc., показало, что 60% путешественников в Северной Америке, заявивших, что они совершали «глэмпинг» за последние два года, были миллениалами или поколением Z.

Тем не менее, интерес к глэмпингу растет не только у тех, кому от 20 до 30 лет, но и у путешественников в возрасте от 40 до 50 лет. Ожидается, что в возрастной группе 33–50 лет в 2022 году и в последующие годы будет второй по темпам среднегодовой темп роста (исследование Grand View). Рост рынка глэмпинга и тенденции: основные выводы Таким образом, рынок глэмпинга стремительно растет. Вот некоторые из основных тенденций отрасли, которые необходимо знать:

Подавляющему большинству участников рынка от 18 до 35 лет или, по крайней мере, до 50 лет.

Места для глэмпинга рядом с местами активного отдыха или мероприятиями работают лучше.

Хижины и капсулы являются одними из самых популярных типов глэмпинга, наряду с юртами, палатками и домиками на деревьях.

Основными проблемами являются определение правильной цены, получение разрешений и противостояние растущей конкуренции.

В конечном счете, демография глэмпинга во многом похожа на тех, кто предпочитает умные решения для регистрации и делает все на своих смартфонах (поколение Z и миллениалы горожан, которые хотят комфорта, независимости и почти постоянного подключения).

В результате одним из ключей к успешному обслуживанию глэмпинга является использование удобства и легкого доступа, которые обеспечивают интеллектуальные технологии, независимо от того, предлагаете ли вы спокойный, но подключенный сайт для отдыха или цифровой детокс-убежище в глуши.

Имейте это в виду, и у вас не возникнет проблем с переносом ваших навыков аренды жилья на природу (и если вы готовы приступить к работе, мы уверены, что сможем помочь вам в этом).

Ссылка на статью: [Размер рынка глэмпинга, тенденции и бизнес-перспективы на 2023 год](#)